

課題：ウエディングプランナーの人材不足

ブライダル業界に特化した求人広告サービス開始 どこで働くかを選択するだけでなく、 “誰と一緒に働くか？”をポイントに web 編集

ブライダル業界における人材不足はますます深刻化している。ウエディングプランナーにあこがれて入社しても過酷な業務や業績重視の人事評価など、本来夢見てきた仕事とはほど遠い現実から逃避してしまう次世代が後を絶たない。そこで高津守社長率いる(株) TIPLOG は、2016 年に立ち上げた「wetuku(ウエツク)」を基本にブライダル業界に特化した求人広告サービスをスタートした。

(株) TIPLOG (チップログ)
代表取締役 CEO 高津 守氏



(株) TIPLOG は 2016 年 4 月、「サービス接客人材の社会的地位向上」ことをミッションに、ゲストハウスの運営やコンサルティングなどで得た経験を生かして起業。と同時に、花嫁の夢をかなえるウエディングプランナー検索サイト「wetuku」を立ち上げ、2018 年にブライダル事業従事者や業界に入りたい学生が集う会員制クローズサイト「wetuku バックヤード」をスタートした。

「wetuku」はウエディングをつくる人を意味しており、第一線で働いているウエディングプランナーにスポットを当て、笑顔あふれる写真とともにプランナーの思いとともに編集部からのメッセージが添えられている。ホテルやゲストハウスに所属しているウエディングプランナーやフリーランスで勤めている人など全国

を対象に描かれている。プランニングに対するこだわりや印象に残るプランニングやカップルに向けたメッセージなど、人となり分かりやすく表現されていることから、これから結婚式を考えているカップルやウエディングプランナーになりたい人などを対象に発信している。

「wetuku バックヤード」は全国のウエディングプランナーがつながる場所として展開している会員サイトで悩みを相談したり、意見を求めたりなど web を介してコミュニケーションができるサイトとして運営している。

そこで今回は 2016 年より積み重ねてきたウエディングプランナーの情報をベースに、ブライダル業界に特化した求人広告サービスをスタートした。単に施設名や給与、福利厚生という一般的な求人情報サイトではなく、どこで働くかを選択するだけでなく、“誰と一緒に働くか？”を軸に求職者が求人情報を選択できる構成にした。

実際、ある程度の担保となる報酬は必要であるが、今の世代は“どの人と働きたいのか？”を重視する傾向が強く、あの上司のもとで働きたい、あこがれのウエディングプランナーの先輩がいる施設で働きたいという具合に、ともに働く人や環境、職場の空気感を重視している。もはやブランドや企業規模だけでは次世代の心を動かすことができなくなったわけだ。

内容はプランナーインタビューに基づき、自分が勤務する会場の強みやおす

すめポイント、自分がプランニングする上でのこだわり、大切にしていること。一緒に働いているメンバーや会社での取り組み、理念、文化に到るまでのディテールをまとめていく。これまで見えなかった部分がメッセージを通して得ることにより、求職者がリアリティを持ってエントリーすることができるとともに、企業側も採用のミスマッチを軽減させ、結果的には持続可能な職場環境の構築につなげることができる。

「どんなに素晴らしい空間やお料理があったとしても提供するサービスマン次第で台無しとなってしまいます。そうならないためにも施設やブランドに左右されることなく、すてきな上司や先輩に囲まれてどんなときでも笑顔あふれるウエディングプランナーであってほしいですね」(高津守社長)。

実際、転職を考えている求職者がウエディングプランナーも 1 つの候補として web の門戸をたたき始めているという。今後もサービス接客人材にスポットライトを当てた口コミサイトを立ち上げ、サービス接客人材がもっと活躍できる世界を創り上げていくために、さらなる改革に努めていく考えだ。

(株) TIPLOG (チップログ)
東京都大田区山王 2-5-6
山王ブリッジ
URL: <https://www.tiplog.co.jp>
wetuku : <https://wedding-tuku.com/>
wetuku バックヤード:
<https://wedding-tuku.com/backyard>